

DAFTAR PUSTAKA

- “Penghargaan *Shopee Award 2021*,” 2021, diakses pada 11 November 2022, <https://shopee.co.id>.”
- Alamin, Z., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan *E-commerce*: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120-131.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. "Pearson Education.
- Mahrani, Z. A., & Sebyar, M. H. (2023). Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan *E-commerce* di Indonesia. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 1(4), 51-67.
- Primadewi (2022). "Persepsi Konsumen terhadap Live Shopping di E-commerce." *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Rehatalanit, Y. L. R. (2021). Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5.
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69-80.
- Shabry, M. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *INSPIRASI: JURNAL ILMU-ILMU SOSIAL*, 19(2), 721-730.
- Sidabutar et al. (2023). "Pengaruh Fitur Aplikasi Belanja Online terhadap Minat Beli Mahasiswa." *Jurnal Pemasaran Digital*.
- SIDABUTAR, G. T. Y. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE SHOPEE PADA SAAT PANDEMI COVID-19 (*Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta*).
- Zainah, S., Hamzah, M. L., Rozanda, N. E., & Salisah, F. N. (2023). Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Shopee Menggunakan Metode E-Servqual

- Dan Kano. JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi), 10(2), 316-328.
- Herdioko, J., & Karisma, C. V. (2022). Pengaruh Media Sosial, Brand Influencer Dan *Brand awareness* Terhadap Minat Beli Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 97-110.
- Asiku, J. R., Ahmad, M., & Isa, R. A. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNG). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 973-983.
- Mulyawati, S. A., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh *brand awareness* dan brand image terhadap minat beli konsumen pada jeans brand Jiniso di marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(03), 305–315.
- Yusuf, S., & Andari, E. R. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Halu Oleo). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 160-166.
- Herawati, A. D., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2023). Pengaruh brand awareness dan kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada seafood Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1434-1451.
- Nazara, I. H., & Yunita, M. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen (Studi Pada Konsumen Platform Tiktok Shop). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 146-159.
- Muid, A., & Souisa, J. (2023). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepatu aerostreet. *Ekono Insentif*, 17(2), 107-122.
- Mahfudi, M., Salim, M. A., & Slamet, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Wanda, E. S., & Susanto, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Lariez48 Di Sampit. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 115-126

- Purbohastuti, E., & Hidayah, N. (2022). "Pengaruh Kepercayaan dan Minat Beli Terhadap Loyalitas Merek." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 15-25.
- Pratiwi, A., et al. (2021). "Understanding Consumer Purchase Intention: A Study on Brand Image and Product Quality." *Journal of Consumer Marketing*, 38(4), 389-400.
- Maino, M., et al. (2022). "The Role of Stimuli in Consumer Purchase Intentions." *Journal of Marketing Research*, 59(3), 456-472.
- Bunda, C. A. P., Faqihuddin, F., & Jatnika, M. D. (2024). Minat Beli Green Cosmetics Halal Generasi Milenial: Peran Green Trust dan Customer Engagement. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1675-1684.
- Rahayu, U., & Kurniaty, H. (2024). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan *Brand awareness* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Galaxy Cafe Resto Meeting Room Buntok Tahun 2023: The Influence Of Consumer Experience and *Brand awareness* On Repurchase Intention In Galaxy Cafe Resto Meeting Room Buntok In 2023. *Anterior Jurnal*, 23(1), 103-112.
- Batara, L. C. (2024). Tren Live Shopping: Pengaruh *Customer Engagement*, Perceived Emotional Value, dan Social Support terhadap Purchase Intention. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 6(2), 247-260.
- Li, H., & Su, H. (2021). "The Impact of Live Streaming on Consumer Purchase Intention: Evidence from the Fashion Industry." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102-115.
- Yulianti, N., & Sari, D. (2023). "Engaging Consumers through Live Shopping: The Effect on Purchase Intention." *Asian Journal of Business and Management*, 11(1), 22-35.
- Kumar, A., & Gupta, R. (2023). "The Rise of Live Shopping in Southeast Asia: Implications for Consumer Behavior." *Journal of Business Research*, 143, 245-258.
- Susanto, A. (2021). "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 12(3), 45-60.
- Hidayat, R. (2019). "Persepsi Harga dan Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 10(4), 75-90.
- Taan, H. (2021). Kemudahan penggunaan dan harga terhadap minat beli online konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89-96.

- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313.
- Bakti, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai intervening variable pada e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap *Brand awareness* dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), A438-A443.
- Nikmatulloh, A. A., & Wijayanto, A. (2021). Pengaruh *Brand awareness*, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Bukalapak (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 837-848.
- Suryati, E., Bahtiar, D., & Rohimah, D. L. (2024). Pengaruh Kredibilitas Influencer Dan *Brand awareness* Terhadap Minat Beli Produk Hanasui. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 1963-1970.
- Laili, A. N., & Aminah, S. (2024). The Influence of Brand Image and Price Perception on the Purchase Decision of Sari Roti in Sidoarjo. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(1), 272-282.
- Aulia, N., Komalasari, D., Damayanti, N., & Muksin, N. N. (2024, November). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI LIVE STREAMING DAN REVIEW INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA TIKTOK SHOP. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan online shopping pada remaja di SITUBONDO. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2)
- Juhroh, L. A. A., Widagdo, S., & Amin, S. (2024). PENGARUH KEMASAN BLISTER, BRAND AWARENESS, HARGA DAN PRODUCT PLACEMENT DALAM DRAMA KOREA TERHADAP MINAT BELI PRODUK PERMEN KOPIKO DI BANYUWANGI. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 256-271.

- Janah, I. M. & Soebiantoro, U. (2023). *Analisis Brand Awareness Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lipstik Wardah di Surabaya Selatan* (Doctoral dissertation, UPV Veteran Jawa Timur).
- Lionitan, W., & Firdausy, C. M. (2023). Pengaruh persepsi harga, word of mouth dan customer satisfaction terhadap purchase intention pelanggan Mixue di Cibubur. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 805-13.
- Laili, A. N., & Aminah, S. (2024). The Influence of Brand Image and Price Perception on the Purchase Decision of Sari Roti in Sidoarjo. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(1), 272-282.